centro
diseño·cine·televisión

STEREO [RÍTMICAS]

La herencia musical de las mujeres en México

PROYECTO TERMINAL:

Que para obtener el título de licenciada en Diseño en Medios Digitales con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios número 20160722 de fecha 30 de septiembre de 2016.

PRESENTA:

Paulina Casas Lias García

Ciudad de México, a 20 de Septiembre de 2024

ÍNDICE

Índice **2**

Agradecimientos **3**

Introducción **4**

Capítulo 1. Memoria colectiva de las mujeres en la historia musical de México **10**

Perspectiva histórica: el papel de las mujeres en la historia cultural de México **11**

Artivismo, feminismo y ciberfeminismo: el impacto de las mujeres en la transformación social y cultural **15**

Capítulo 2. Las mujeres en la industria musical: rompiendo barreras y redefiniendo el sonido **30**

Capítulo 3. Análisis y visualización de datos: explorando el feminismo de datos y las brechas invisibles **39**

Visualización de datos: cómo la imagen revela lo inesperado y la realidad aumentada..... **46**

Capítulo 4. Realidad aumentada y medios tradicionales: Stereo[Rítmicas] nuevas fronteras de interacción y narrativa **47**

Datos en movimiento: explorando nuevas tecnologías con realidad aumentada **48**

Stereo[Rítmicas]: fanzine con RA “Ellas Crean Música” **50**

Conclusiones **56**

Referencias **61**

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por todo su apoyo incondicional.

A mis amigas y amigos, que siempre estarán presentes.

Por las que estuvieron, por las que estamos y por las que vienen en camino.

A mis bisabuelas, a mis abuelas, a mi mamá, a todas mis ancestras que se entregaron a la vida sin ser celebradas, por construir la historia desde todos sus esfuerzos invisibilizados.

A aquellas cuyas voces fueron silenciadas, pero que con su ternura y rabia levantaron la humanidad y todo a su alrededor.

A las que hoy hablan, reclaman, cuestionan y luchan por su libertad.

A quienes lo hacen desde la crianza, desde el arte, desde la creatividad o desde la soledad.

A mis maestras, referentas esenciales en el ámbito académico y creativo.

A la música por ser el lenguaje universal que siempre crea puentes entre diferentes mundos y nos permite escucharnos entre nosotras.

A ChidasMX por ser el primer medio de música hecho por mujeres en México, que me abrió sus puertas y donde aprendí la importancia de registrar, documentar, visibilizar y priorizar el trabajo de mujeres creativas.

A nosotras, que ya no somos musas, sino creadoras de nuestra propia obra, en la industria creativa, reafirmando que el arte se escribe con nuestras manos y nuestras historias.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, en la historia de la cultura musical se ha creído que los mayores aportes han sido hechos por los hombres, a causa de esto, las mujeres han quedado en segundo plano en esta narrativa. El presente trabajo muestra una recopilación de información sobre los aportes de mayor impacto social y cultural de las mujeres mexicanas en el ámbito de la industria musical. Esta información ha permitido entender que muchas mujeres han sido partícipes, creadoras, creativas y pensadoras, sin embargo, no fueron visibilizadas o tomadas en cuenta en su época debido a la desigualdad de género.

La idea principal del proyecto fue realizar un arduo y riguroso trabajo de investigación y periodismo musical sobre la historia de las mujeres en la industria y en la cultura musical mexicana; con la finalidad de mostrar datos con apoyo de herramientas de las nuevas tecnologías como la realidad mixta y la aumentada. Este proyecto también tiene como finalidad mostrar que se pueden emplear las nuevas tecnologías y los nuevos medios para mostrar y visibilizar datos sobre la participación femenina en la industria musical mexicana.

La inspiración para realizarlo parte del trabajo de mujeres feministas, periodistas, músicas y sociólogas mexicanas que previamente plantaron una semilla con libros como Sirenas al Ataque de Tere Estrada; la extinta publicación digital Especial Slang: Igualdad y representación escrita por Pamela Escamilla, donde analizó los festivales mexicanos y la representación de talento femenino; el proyecto Sonoridad dirigido por Karina Cabrera y, por último **CHIDASMX**, que fue el primer medio especializado en periodismo musical hecho por mujeres en México y del que formé parte.

De aquí surge esta reflexión sobre la manera en que los medios de comunicación han documentado, registrado y comunicado los acontecimientos realizados por las mujeres creativas de la industria y comunidad creativa.

Para entender el contexto actual de la visibilización de las mujeres en la comunidad cultural, debemos considerar que al día de hoy, en México, la industria musical y su cultura se ven permeadas por distintos factores. Algunas de estas condiciones son: los géneros musicales que más se escuchan hoy en día en el país, el origen geográfico de la artista, su participación en las plataformas de streaming y redes sociales, la coberturas que realizan los medios de comunicación y su estilo al mostrar estos datos por parte de los medios híbridos como revistas de música, plataformas, columnas digitales, etc. Por otra parte, tenemos factores como la clase social y la raza que influyen en la visibilización de estas mujeres en el ecosistema creativo.

La cultura de la industria musical es un espacio predominado por una cultura masculina, donde las mujeres y sus proyectos artísticos no son visibilizados, investigados, representados ni abordados de la misma forma que los proyectos musicales conformados por hombres. A grandes rasgos, actualmente todavía podemos encontrar reseñas de bandas conformadas por mujeres donde el título hace referencia a su “explosión de sensualidad” o comentarios afines a su físico pero casi nunca enfocados hacia su música.

Esta representación busca modificar de tal forma que en un entorno de creación y ejecución músical las mujeres no seamos vistas como objetos de sensualidad o hipersexualizadas, sino tomadas en cuenta como lo que somos: artistas, creativas, músicas y más.

La reducción a un objeto sensual sólo puede cambiar si informamos a otros sobre las capacidades musicales y creativas que sirvan para reformular la manera en la que se aborda hablar de estos temas, apoyandonos en herramientas como la perspectiva de género y la postura feminista para poder entender desde estas posiciones politicas esta problemática.

La música es una herramienta y una forma de comunicación universal; a través de ella la sociedad y sus contextos son reflejados como productos culturales, por ello, mientras el contexto de la sociedad siga permaneciendo en una perspectiva patriarcal, esto se reflejará en varios ámbitos de la industria creativa y en especial en la musical. De esta forma, este proyecto propone una transformación cultural en cuanto al abordaje del periodismo musical con perspectiva de género y feminista usando las nuevas tecnologías como herramienta para lograr esta reflexión.

Para continuar con la lectura de este trabajo es importante que se conozcan algunos términos que usaré a lo largo del escrito. Para comenzar, explicaré el término *gafas violetas*, que sirve como una metáfora donde las gafas permiten una mirada crítica para analizar, reflexionar y descubrir desigualdades entre hombres y mujeres en el día a día.

Es una consciencia que nos permite la facultad de observar y analizar las violencias, la falta de oportunidades y la limitación de derechos e inequidades ejercidas hacia las mujeres por el sistema, revelando el machismo y las desigualdades estructurales a las que las mujeres nos enfrentamos en la rutina diaria.

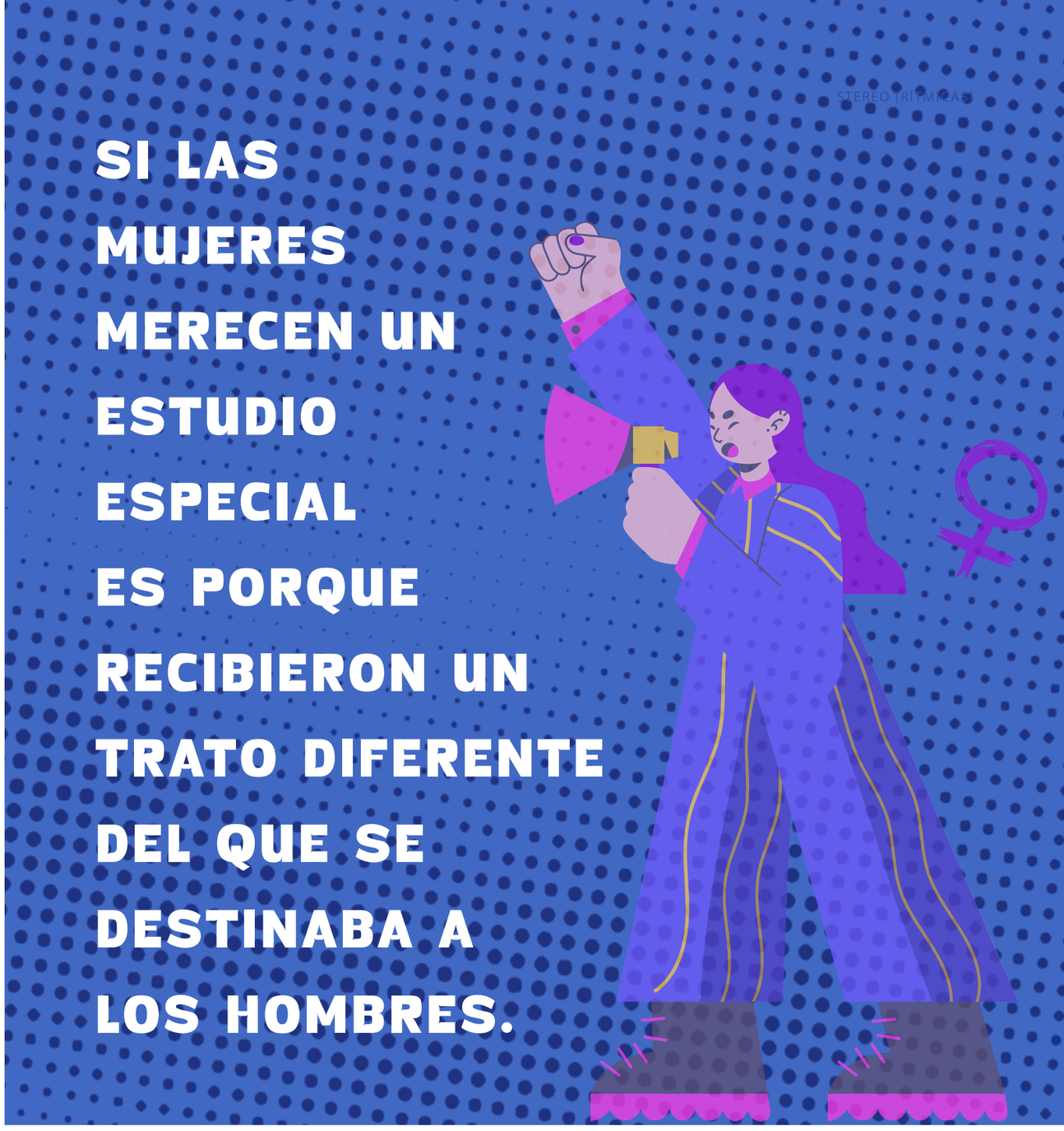
El siguiente término a usar es el techo de cristal. Este es un término que refiere a un conjunto de normas “no escritas” (capa invisible) al interior de organizaciones y espacios laborales que divide las oportunidades ofrecidas a hombres, dificultando el acceso a las mujeres a puestos de mayor poder; son obstáculos que se crean por medio de estereotipos o construcciones culturales en una sociedad que permite la ascensión de los hombres manteniendo a las mujeres en la desigualdad.

Este techo metafórico evita que muchas mujeres puedan crecer económica y profesionalmente. El concepto de *desigualdad de género* se refiere a la falta de oportunidades que se le otorgan a las mujeres por constructos y roles sociales que son asignados a las mujeres al nacer.

Pueden estar ligadas a tener igualdad de oportunidades, estatus, derechos, acceso a recursos y servicios, así como a espacios creativos o de esta índole en la industria musical donde las mujeres puedan desarrollar sus proyectos sin dinámicas violentas y hostiles.

Hoy en día, en las entrevistas realizadas a mujeres músicas, ellas describen que se ven involucradas en dinámicas adversas por parte de los hombres en festivales, escenarios, etc, quienes muestran tabúes como creer que las mujeres no saben conectar su propio equipo, no saben producir o no son capaces de realizar labores creativas por el simple hecho de ser mujeres.

Por último emplearé la palabra visibilizar, que de acuerdo con la RAE, es el acto de hacer patente de manera artificial lo que no puede verse a simple vista, al usar las gafas violetas se notan las violencias y desigualdades “ocultas” que las mujeres en la industria musical confrontan al día día. La visibilización pone en un primer plano o trae a la luz, así como vuelve partícipe a quien se le menciona. Algunos ejemplos serían cuando se habla de las mujeres ingenieras en eventos de música en vivo, las mujeres al frente de proyecto musicales y las mujeres detrás de la gestión de estos eventos.



– PILAR GONZÁLBO

CAPÍTULO 1. MEMORIA COLECTIVA DE LAS MUJERES EN LA HISTORIA MUSICAL DE MÉXICO

PERSPECTIVA HISTÓRICA: EL PAPEL DE LAS MUJERES EN LA HISTORIA CULTURAL DE MÉXICO

A partir de la década de los 70, comenzaron las apariciones de los festivales de música en México, partiendo del festival mexicano icónico Avándaro. Este fue el primer paso para la celebración de festivales al aire libre y desencadenó el surgimiento de eventos, foros, festivales y más. Más adelante se analizará la participación de mujeres en estos espacios y sobre todo, la forma en la que sus proyectos fueron registrados, hablados, reflejados, bajo una perspectiva de una cultura predominante masculina donde la brecha de género era mucho más notoria desde cómo se abordan temas como: reseñas que sólo hablan de su físico (como ejemplo podemos tomar la cobertura del festival Avándaro donde se hizo mucho hincapié en las notas y fotografías que circulaban sobre las asistentes “hippies” que mostraban sus pechos de fuera), entrevistas donde lo importante es su vida amorosa, fotografías bajo la mirada masculina, flyers con un índice muy bajo de proyectos con mujeres al frente o dinámicas afines que alimentan la brecha y el techo de cristal en sus proyectos musicales.

En sus propias palabras, las mujeres han cuestionado ese modelo. Por ejemplo, en el libro Alicia en el espejo; Historias del Multiforo Cultural Alicia aparece una entrevista realizada a Las Ultrasónicas. La autora señala que: “Las Ultrasónicas son una banda de chavas que rompieron la idea de cómo debe verse una mujer sobre la tarima”. Ali Gua Gua, la guitarrista de la banda señaló que “la situación de la discriminación de la mujer se traslada al rock. Puede parecer que somos pocas las mujeres en el medio, pero no somos tan pocas” **(López, 2010, p. 58).**

La construcción de significados por medio del arte y del feminismo se encuentra en permanente tensión con el canon cultural heterosexual que les ha valido el desconocimiento y la descalificación como productoras de teatro, pintoras, expositoras o músicas, debido a que el espacio artístico está revestido de un sesgo androcéntrico esto causando que en sus disciplinas tengan que realizar el doble de esfuerzos para no ser discriminadas o negadas en cuanto a ser consideradas artistas.

Esta discriminación y falta de participación no son aspectos "nuevos" de los que apenas las feministas se hayan dado cuenta, pero, debido a que en las últimas decadas hemos podido reconstruir estos relatos con las nuevas y mejoradas herramientas digitales, ha sido posible analizar y observar toda esta información y registros con nuevas perspectivas. Es decir, como se explicó, fue necesario "ponernos las gafas violetas" para explicar cómo se ve la vida con perspectiva de género y feminista. Estas simbólicas gafas nos proporcionan una mirada crítica para descubrir las desigualdades entre hombres, mujeres y disidencias en nuestro día a día al mismo tiempo trasladando esto a una cultura musical sin tomar en cuenta el vasto universo creativo que las mujeres artistas en México tienen por ofrecernos.

Siempre han existido infinidad de proyectos donde han participado mujeres, pero su invisibilización ha sido estructural, basada en prejuicios que se han perpetuado acríticamente. La percepción del trabajo de la mujer sigue estando influenciada por prejuicios y estereotipos asignados a su rol de género. Por ejemplo, se cree que los hombres utilizan más activamente la tecnología (una consecuencia de esto es que la UNAM confirma que las carreras con más presencia masculina incluyen ingeniería y matemáticas, mientras que el trabajo social y la enfermería, relacionadas socialmente con labores de cuidado asumidas por las mujeres, tienen mayor presencia femenina).

Del mismo modo, en el campo de la música, los roles femeninos, como cantantes y pianistas, son más aceptados, a diferencia de los roles masculinos, en aspectos de mayor complejidad como la composición y dirección musical, la producción, las orquestas y la ingeniería en audio, que representan menos de una séptima parte de todo(a)s lo(a)s productore(a)s e ingeniero(a)s de grabación.

Las gafas violetas también nos permiten analizar situaciones machistas más "sutiles" y que en general pasan desapercibidas o están muy normalizadas, especialmente en la cultura musical mexicana, por ejemplo; los festivales no toman en cuenta generar espacios seguros y libre de acoso para las mujeres artistas, desde algo muy sencillo como el "tipo de outfit" que una usa para un evento y evitar sentirse incomoda por miradas o comentarios, hasta la dinámica de trasladarse de un punto a otro en horas de la noche, viajar sola como mujer artista a otros lados de la república o fuera de ella; actualmente no existen protocolos de seguridad que brinden los(as) organizadore(as) de los eventos, existen iniciativas en Europa que abordan estos temas y han creado manuales de "Noches Seguras para Todas" y cursos llamados "Sexism Free Night" dirigidos a colaboradores del sector del ocio nocturno donde pretenden desarrollar diálogos y reflexiones para prevenir y responder a la violencia sexual en el ocio nocturno.

– CAROL HANISCH

ARTIVISMO, FEMINISMO Y CIBERFEMINISMO: EL IMPACTO DE LAS MUJERES EN LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL Y CULTURAL

Este proyecto surge de la necesidad de atender la importancia de registrar y mostrar esta información apoyándome en formatos digitales contemporáneos que se adecuen al contexto tecnológico actual en el que se pueda hacer conciencia y reflejar la brecha actual que existe en torno a las mujeres en la industria musical del país.

La palabra artivismo surge de la suma de los conceptos entre activismo y arte. Para Nina Felshin se entiende como un híbrido entre el mundo del arte y el mundo del activismo político, la organización comunitaria y la evolución de la cultura. Su objetivo principal es el desarrollo de propuestas que impulsen cambios sociales, en este caso, cerrar la brecha de género. Desde el artivismo feminista surgen y se crean prácticas que buscan desnormalizar y subvertir el orden social que a lo largo de la historia ha discriminado de manera sistemática a las mujeres.

Finalmente, se ha considerado utilizar el término artivismo feminista para denominar a las mujeres que por medio del arte generan activismos que buscan impactar conmocionar (revolucionar) y hablar sobre el orden de género desde un enfoque feminista, ya que la noción del artivismo no se refiere sólo a un arte con tendencia política, sino a las potencialidades del arte y su intersección con la tecnología como medio para la acción política.

En relación con los últimos movimientos con alto impacto en temas sociales que denuncien la violencia de género en espacios y ámbitos creativos, puede citarse el resurgimiento del movimiento #MeToo (Yo También) en 2017, tras la ola de denuncias sobre el productor cinematográfico Harvey Weinstein; posteriormente este movimiento surgió por la activista Tarana Burke en 2006 para atender a mujeres jóvenes de comunidades marginadas que sufrieron algún tipo de violencia sexual.

Estos movimientos han causado que se desarrollen proyectos y espacios donde las mujeres creativas pueden manifestar estas violencias y disconformidades mediante el arte y la tecnología, cimentando, además, el artivismo feminista en espacios digitales con proyectos híbridos (físicos y/o digitales). A esto se le llama Ciberfeminismo, movimiento que explora cómo la internet y las nuevas tecnologías pueden ser usadas para desafiar, cuestionar y reprogramar las normas de género impuestas sobre la mujer. Reformula su papel en el desarrollo y uso de la tecnología así como su participación en el desarrollo, diseño e implementaciones de estas herramientas. Este término se popularizó en los años 90 cuando artistas como Donna Haraway, VNS Matrix y Sadie Plant exploraron ámbitos relacionados con las nuevas tecnologías por medio de varias disciplinas como la escritura, poesía y videoarte hasta protocolos digitales que abarcaban temas como la privacidad en línea y resguardo de datos, el acoso cibernético y la representación de las mujeres en los ecosistemas digitales. A grandes rasgos este movimiento nace de la intersección entre el feminismo y la tecnología digital, recurriendo a herramientas digitales para cuestionar, especular, transformar y re-programar las estructuras de poder, normas de género fomentando una perspectiva más inclusiva del mundo digital y las mujeres en las STEM.

El hecho de que el feminismo creciera y se manifestara en entornos digitales tuvo repercusiones en la realidad física, pues hemos notado un alto impacto y una mayor difusión sobre estos temas en los últimos años, tanto como en manifestaciones, protestas, creación de colectivos y otros proyectos de esta naturaleza tanto fuera como dentro de las redes.

La tecnología también se ha empleado como una herramienta de protesta para ampliar la difusión de estas situaciones. Hace unos años, como comentamos previamente, el movimiento #MeToo (vía “tuits” en Twitter, ahora conocido como X) surgió en EUA y se retomó en México dando lugar a movilizaciones nacionales en contra de la violencia hacia la mujer bajo el lema y hashtag #VivasNosQueremos que de acuerdo a la investigación de “Artivistas feministas contra la violencia hacia las mujeres en la Ciudad de México”; logró movilizar a 27 ciudades en 23 estados del país, a este suceso se le denominó la primavera violeta. **(Bautista, 2020, p. 4)**. A partir de estas movilizaciones han surgido otras más en los espacios digitales como: #MeTooEscritoresMexicanos, #SiMeMatan, #MiPrimerAcoso, #MisAmigasMeCuidan, #ElVioladorEresTu y #NiUnaMas, se pueden encontrar otros proyectos de la misma naturaleza como recopilaciones en libros como: El feminismo en 35 hashtags, escrito por Maria Medina-Vicent y Sonia Reverter donde realizan un análisis más profundo sobre cómo estos movimientos que comienzan en ecosistemas digitales abandonan esta digitalidad para ocupar un lugar en la realidad física.

Al mismo tiempo, Daniela Esquivel Domínguez realizó una investigación en 2019 por medio de la documentación y análisis de hashtags en la previamente conocida plataforma Twitter donde reportó los 47 hashtags más usados a esa fecha. **Fig 1.**

Tabla 1: Los 47 hashtags

1	#NiUnaMas	25	#8M
2	#25N	26	#Gleichistmehr
3	#PrimeiroAssedio	27	#3siSTOP
4	#NiUnaMenos	28	#EqualPay
5	#BringBackOurGirls	29	#WakingTheFeminist
6	#ViajoSola	30	#SoyFeminista
7	#NotOkay	31	#YoSiTeCreo
8	#VivasNosQueremos	32	#BelieveSurvivors
9	#24A	33	#MyLifeIsNotYourPorn
10	#MiPrimerAcoso	34	#MeTooEscritoresMexicanos
11	#BlackMonday	35	#MeTooCultura
12	#WomensMarch	36	#MeTooAgencias
13	#NoEsDeHombres	37	#MeTooArtes
14	#SiMeMatan	38	#MeTooDanza
15	#MeToo	39	#MeTooMusica
16	#YoTambien	40	#MeTooTeatro
17	#YaEstuvo	41	#MeTooUNAM
18	#TimesUp	42	#MeTooITAM
19	#Cuentalo	43	#MeTooPeriodistasMexicanos
20	#TodasSomosManada	44	#MeTooCreativosMexicanos
21	#HomeToVote	45	#MeTooAcademicos
22	#PanuelazoInternacional	46	#MeTooArtesMX
23	#SeraLey	47	#MeTooActivistasMexicanos
24	#FreeTheCorset		

Fuente: Tabla de elaboración propia[3]

Fig.1 Tabla que muestra los 47 hashtags más usados en Twitter (ahora conocido como "X") en el 2019.

A consecuencia de la facilidad que existe hoy en día de usar las plataformas digitales como una herramienta de activismo y visibilización de problemas sociales con alto impacto, estos temas tuvieron gran difusión. Podemos observar como en los últimos años han emergido proyectos de artivismo feminista creados por mujeres en Latinoamérica como: Festival Hello World, curado y producido por y para mujeres artistas que trabajan con herramientas tecnologicas, en el que se visibiliza, proyecta e inspira la presencia femenina dentro del arte y la tecnología; así como el Festival HERA HSBC naciendo en 2024 y convirtiendose así en el primer festival mexicano con completa representación femenina y proyectos musicales con mujeres al frente.

Otros ejemplos endémicos son colectivas mexicanas y latinoamericanas que se dan a esa tarea como: Paste Up Morras, nuube.exp, Festival Aurora, Colectiva Tsunami, Jam de Morras, R.AM. Laboratoria, MUSEXPLAT, Radio Cósmica Libre, Ellas Resuenan, Female Power Sound, WOMXN, Anticlub House, Las Montoneras, Mujeres Vinilos, Bulla Radio, Xingona Sound entre otras colectivas, sellos y más.

Internacionalmente existe la organización sin fines de lucro Women in Music, que celebra la creación musical de las mujeres en todos los géneros musicales, crea conciencia sobre las cuestiones de género en la música y apoya a las mujeres músicas en su desarrollo profesional. Establecida en 1985, Women in Music es una organización sin fines de lucro comprometida con el avance de la igualdad, la visibilidad y las oportunidades para las mujeres en las artes musicales a través de la educación, el apoyo, el empoderamiento y reconocimiento.

Por su parte, las Guerilla Girls surgen como una colectiva de artivistas que nace en los años 80 en Estados Unidos para manifestar y protestar frente al icónico museo de arte moderno en Nueva York, a causa de la exposición: "Los artistas más importantes del momento", donde no había representación de mujeres.

La manifestación para protestar contra esto estaba conformada por mujeres que usaron máscaras de simios y se hacían llamar "Guerilla Girls". La inconformidad de esta colectiva iba sobre que las mujeres artistas seguían sin tener un verdadero reconocimiento artístico y que se les otorgaba un escaso valor en esos ámbitos.

Su campaña consititía en mostrar en espacios públicos la discriminación a las mujeres artistas creando publicidad de guerilla con mensajes irónicos, declaraciones con visualizaciones de datos en formatos gráficos evidenciando las dinámicas machistas de la comunidad artistica. Varios de esos materiales tomaron el formato de la transmedialidad apoyándose en la adaptabilidad de estos medios para crear publicidad que iba en autobuses, carteles en las calles, performances callejeros y revistas.

Una de sus imágenes más famosas fue un cartel que colocaron afuera del MoMa con la siguiente leyenda: "¿Tienen las mujeres que estar desnudas para entrar en el Met Museum? Menos del 5% de los artistas en las secciones de Arte Moderno son mujeres, pero un 85% de los desnudos son femeninos". **Fig 2.**

Fig. 2 Guerrilla Girls. Do women have to be naked to get into the Met. Museum?, 1989.

Para comprender los propósitos de esta campaña, es útil citar al periodico feminista Mujeres en Red donde se señala que:

El cartel contenía una reproducción de la **"Gran Odalisca"** de Ingres, imagen famosa dentro de la tradición iconográfica del desnudo femenino. Su elección supone una crítica hacia el estereotipo de la mujer como objeto de deseo. Además, la odalisca de las Guerrilla Girls no se contenta con ser relegada a mero sujeto pasivo, sino que se subleva ante esta situación y lo hace colocándose, como sus creadoras, una máscara de gorila **(Arias, 2008, párr. 7).**

Al mismo tiempo crearon uno de sus posters más irónicos, donde recurren a este elemento para resaltar las desventajas y desigualdades que enfrentan las mujeres en el mundo del arte; algunas de estas frases eran: "Trabajar Sin la Presión del Éxito": Esto sugiere irónicamente que a las mujeres artistas a menudo no se les espera que tengan éxito, lo que supuestamente las libera de esa presión, "No tener que estar en show con hombres"; haciendo sugerencia a la casi nula participación de mujeres en eventos artísticos, otra de las frases que se podía leer "Ver Cómo Tus Ideas Viven en el Trabajo de Otros" A menudo, las contribuciones de las mujeres no son reconocidas, y sus ideas pueden ser apropiadas por otros, generalmente hombres artistas, entre otras más **Fig 3.**

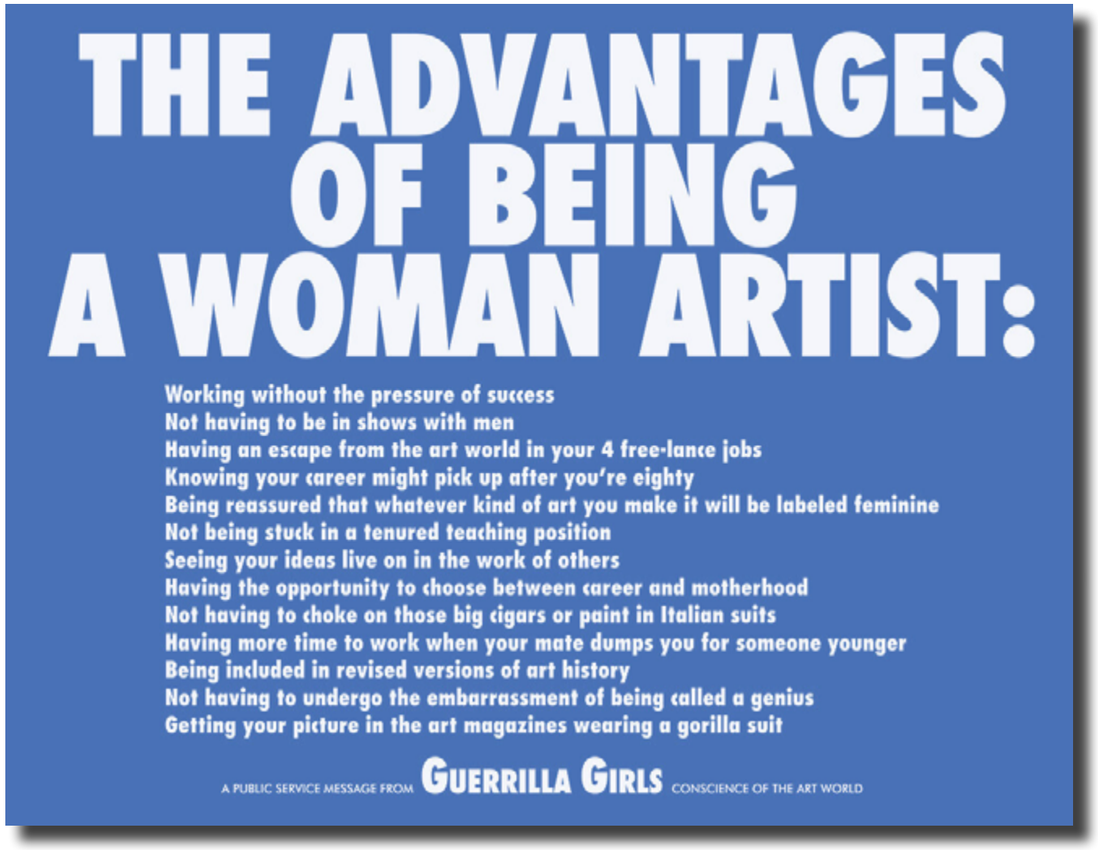


Fig.3 Guerrilla Girls. The Advantages Of Being A Woman Artist, 1988.

Probablemente esta colectiva artivista haya sido el primer registro a gran escala de un artivismo con perspectiva feminista, donde el objetivo era lograr que el arte en museos y galerías (de formato físico) visibilizara una imagen real y completa de la historia y del panorama actual cultural en el arte y dejar de tener como pauta un mundo predominantemente masculino. Esto se podría analizar como un espejo de la sociedad como plasman en la nota "Guerilla Girls. La conciencia del mundo del arte": Además, entendían el arte como reflejo de la experiencia personal y social, por lo que las obras de mujeres y de artistas pertenecientes a alguna minoría debían ser por lógica distintas a las de sus colegas masculinos.

Por su parte, Riot Grrrl es uno de los movimientos más importantes en la revolución del rock y punk, su naturaleza anticapitalista y feminista fomentó que este moviminento buscara nuevas maneras de difundir el mensaje mediante la transmedialidad, ya que uno de los principales formatos a los que recurrían eran los fanzines.

Kathleen Hanna y Tobi Vail en los años 90 ya realizaban revistas feministas y al juntarse crearon **Bikini Kill**, la cual consistía en una recopilación de ensayos, letras, manifiestos, pensamientos sobre la música, prejuicios, violencia, feminismo, activismo, todos reapropiados desde la estética punk D.I.Y. (Házlo tu misma) de cortar, pegar y garabatear en la misma forma que en otros fanzines como Jigsaw o Girl Germs **Fig 4.**

Fig.4 Publicación número 1 de *Bikini Kill*, un libro de actividades realizado principalmente por Kathleen Hanna en 1990.

Estas revistas evolucionaron para convertirse en fanzines, de donde proviene su nombre. En su mayoría, son publicaciones independientes que no siguen reglas tradicionales, ni en contenido ni en diseño editorial. Con el tiempo, los fanzines se han consolidado como formatos físicos para la difusión de ideas, especialmente en torno a temas políticos. Su producción, a menudo realizada mediante fotocopias o risografía, facilita su accesibilidad, permitiendo que un mayor número de personas pueda crear y distribuir sus propios contenidos.
Escuchar y leer a Riot Grrrl permitió a mujeres y niñas identificar sus experiencias y luchas dentro de los límites de la sociedad y la política. Riot Grrrl fomentaba a la audiencia a contribuir al diálogo y al cuestionamiento de estándares sociales previamente establecidos a las mujeres de la época. Sus eventos fueron y continúan siendo espacios seguros para que las mujeres compartan sus experiencias relacionadas con temas difíciles, creando una escena musical un poco más segura y menos hostil.

A continuación puede leerse el “Riot Grrrl Manifesto”:
Porque nosotras, las chicas, anhelamos discos, libros y fanzines que nos hablen a nosotras, que nos incluyan y que podamos comprender a nuestra manera, desde nuestras propias experiencias.

Porque queremos que sea más fácil para las niñas ver y escuchar el trabajo de las demás para que podamos compartir estrategias y criticar- aplaudirnos.
Porque debemos apropiarnos de los medios de producción para crear nuestros propios significados.

Porque ver nuestro trabajo como conectado a nuestras amigas-política-vidas reales es esencial si queremos averiguar cómo lo que estamos haciendo impacta, refleja, perpetúa o quebranta al status quo **(Hanna, 1991, párr. 12).**

El feminismo y el arte en México se articulan por el trabajo y las obras de muchísimas mujeres artistas, algunas de las principales y más reconocidas son: Mónica Mayer y Maris Bustamante, quiénes son precursoras del arte y performance como herramienta de visibilización con temáticas de cuestiones de género y feminista; Mónica es considerada pionera del performance y la gráfica digital en México y precursora del arte feminista en América Latina; junto a Maris, ambas parieron un proyecto y grupo de arte feminista llamado Polvo de Gallina Negra, el primero en su tipo en México.

Uno de los objetivos de ese proyecto era analizar la imagen de la mujer creadora respondiendo cómo era representada y mostrada tanto en el arte como en los medios de comunicación masivos. Esto con la finalidad de impulsar la participación de las mujeres en el arte y de producir obras a partir de la experiencia de las mujeres en una sociedad patriarcal. Estos tres objetivos convergían en la intención de incidir en lo social a través de la transformación de lo visual y la representación.

Uno de sus proyectos más reconocidos fue “Pinto Mi Raya”, donde se centraron en visibilizar las denuncias de mujeres sobre violencias, acosos e injusticias mediante un tendedero de notas. Esta obra se convirtió en una herramienta clave para la denuncia y visibilización de estas problemáticas, y ha sido retomada con fuerza en la última década por colectivos feministas dentro de diversas instituciones **Fig 5**.

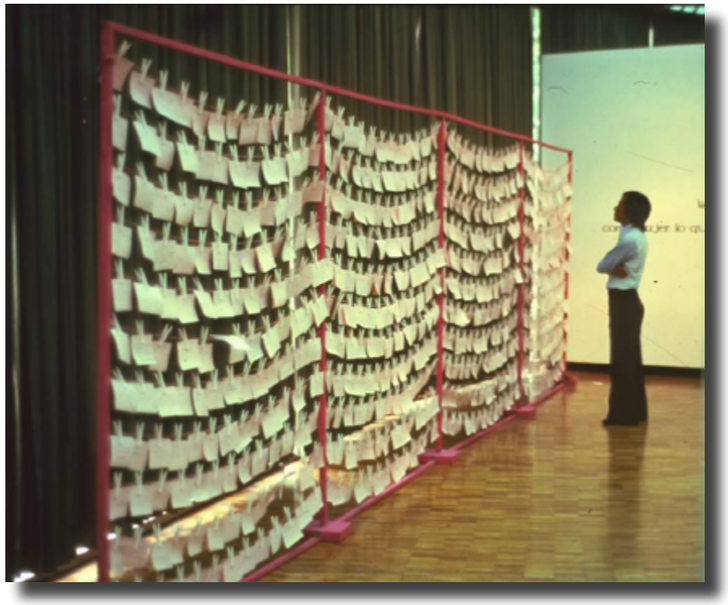


Fig.5 *"El Tendedero"*, Mónica Mayer, 1978, foto por Víctor Lerma.

STEREO [RÍTMICAS]

STEREO [RÍTMICAS]

TAMBIÉN ESTOY INTERESADA EN CÓMO LA MUSICA EXPANDE LA CONCIENCIA. AL EXPANDIR LA CONCIENCIA, ME REFIERO A QUE LOS PATRONES ANTIGUOS PUEDEN SER REEMPLAZADOS POR NUEVOS.

– PAULINE OLIVEROS

CAPÍTULO 2: LAS MUJERES EN LA INDUSTRIA MUSICAL: ROMPIENDO BARRERAS Y REDEFINIENDO EL SONIDO

Las experiencias musicales resultan cruciales para construir una identidad, dado que nos ofrecen un lugar dentro de una narración cultural imaginaria colectiva, es decir, interpretar la cultura, leerla ideológicamente y asignarle condiciones sociales.

Si analizamos la cultura (como si fuera una línea del tiempo donde situamos los eventos y su contexto de la época) podemos notar la falta de participación de las mujeres en la industria musical y eventos culturales llevados a cabo en México en un lapso de aproximadamente de 40 años, comenzando por el revolucionario Festival de Avándaro, el cual tomó lugar en el año de 1971; la participación de las mujeres fue casi nula teniendo tres mujeres incluidas en algunos de sus actos. Además los medios sólo dieron relevancia y preferencia a las coberturas bajo la mirada masculina con el relato de: “las chicas hippies que mostraron sus senos en el festival”.

En los últimos cincuenta años se han celebrado diversos festivales de música que han tomado lugar en este país, en ellos la inclusión femenina ha sido de un bajo porcentaje. Tómese por ejemplo la investigación de SLANG, una plataforma digital de entretenimiento que publicó la “Igualdad y representación: el futuro de la industria musical”, mostrando el bajo porcentaje de mujeres presentando en festivales de música, con un total de 33%. Esto se corrobora en los datos presentados por SLANG, por medio de una infografía que lista de mayor a menor porcentaje la proporción de actos femeninos que conforman los carteles musicales **Fig 6.**

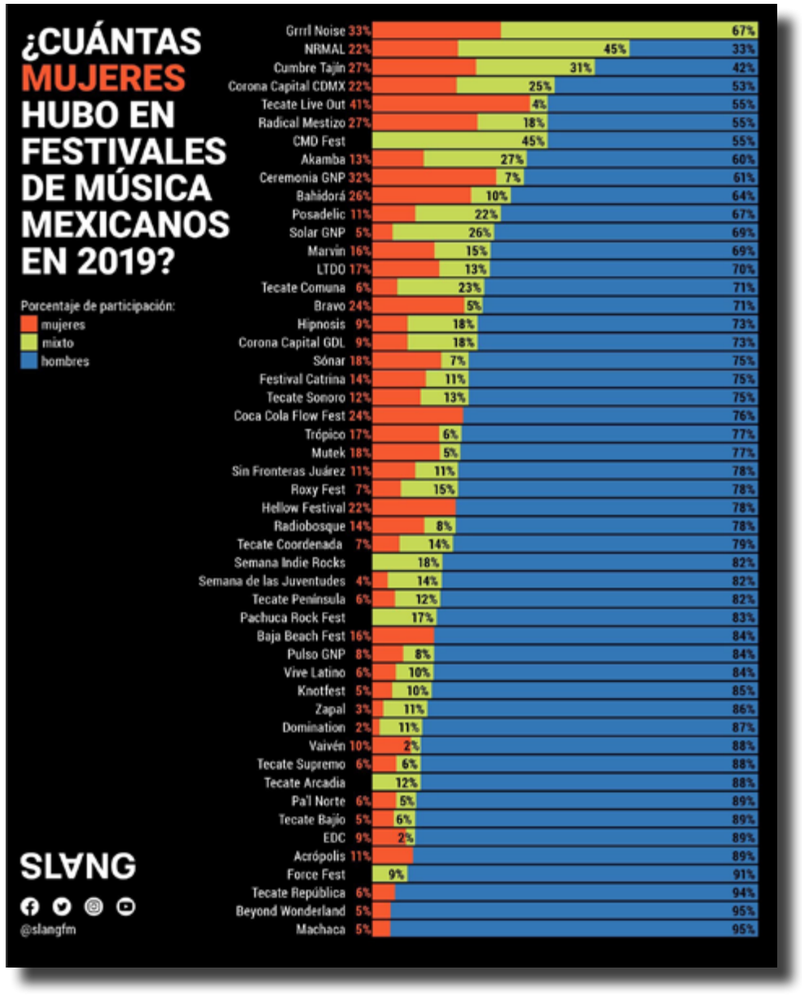


Fig.6 Investigación vía SLANG en 2019.

En ese sentido, la primera edición del Vive Latino se llevó a cabo el 28 y 29 de noviembre de 1998 en el Foro Sol de la Ciudad de México. En los 25 años que han transcurrido hasta 2022, el porcentaje de la participación de mujeres en el festival, de acuerdo a la investigación *"¿Y Dónde están las músicas?"* Estudio de brecha de género en festivales méxicanos 2022" **Fig. 7** realizado por el proyecto feminista Sonoridad es menor al 25%.

La recopilación de este estudio reúne 39 festivales realizados en México. Los datos finales a grandes rasgos mostraron esta data:

Fig.7 Imagen extraída de la investigación "¿Y Dónde están las músicas? Estudio de brecha de género en Festivales Mexicanos", 2022.

El porcentaje de la participación de mujeres al frente en los festivales sigue siendo un número muy bajo comparado con el de la participación masculina, dejando una cantidad de 55% de diferencia, número que demuestra que sigue manteniéndose una baja representación.

Por su parte, el festival Ruidosa presentó estadísticas sobre 66 festivales realizados entre 2016 y 2018 en la región de América Latina. En la nota *"¿Cómo ha evolucionado la brecha de género en los escenarios de América Latina?"*, elaborado por el equipo de Equipo Ruidosa Fest, se señala que: "Cuando iniciamos Ruidosa Fest en el año 2016, las cifras sobre participación de hombres y mujeres en los escenarios latinoamericanos no estaban disponibles, por lo que decidimos obtenerlas nosotras mismas". Este análisis permitió cuantificar un diagnóstico generalizado que empezaba a verse en la industria musical: la falta de mujeres sobre los escenarios **Fig 8.**

Fig.8 En 2018 la cantidad de mujeres que se mostraban al frente de los escenarios era mucho más baja.

Actualmente el porcentaje de representación femenina demuestra que existen 393 actos solistas con mujeres al frente manteniendo un 19.3%. **Fig 9.**

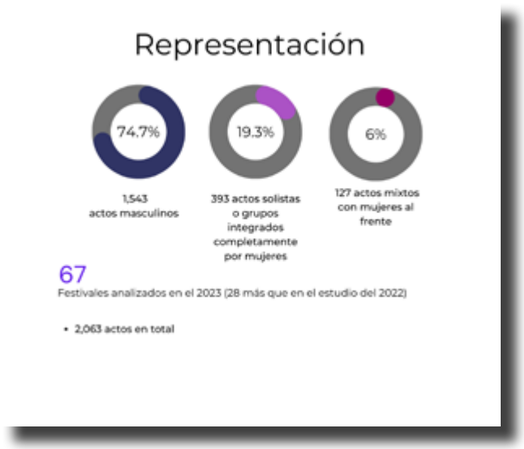


Fig.9 Visualización de datos sobre estadísticas sobre brecha de género realizadas por Sonoridad y publicadas en el Estudio de Festivales Mexicanos del 2023.

Esta brecha de participación se debe a diversos sesgos y factores, desde las personas encargadas de las curadurías de estos festivales, de los patrocinios que siguen prefiriendo apoyar a agrupaciones masculinas, a la masividad de los eventos, al alcance de los festivales en redes sociales, a la ubicación del evento, entre otros. Hoy en día notamos que el avance es mínimo ya que en 2023, sólo 25 de cada 100 festivales que se realizaron en México contemplaba a mujeres al frente; sin embargo, se siguen tomando medidas para poder realizar un cambio, hoy en día se está llevando a cabo una iniciativa de Ley de Paridad de Género: la "Ley Amparo Ochoa" para impulsar la paridad de género en los festivales, escenarios y espacios relacionados a la industria musical que ofrezcan seguridad y garantice el bienestar de las artistas.

Las principales referencias previas de proyectos con esta naturaleza sobre estudios con perspectiva feminista o de género en el ámbito de la cultura musical, son: Sirenas al ataque, libro escrito por la música, socióloga y rockera, Tere Estrada. Este libro surge como la primera investigación mexicana de esta índole buscando visibilizar la presencia de mujeres artistas en la cultura musical mexicana.

Una de las referencias más importantes abarcando proyectos de investigación sobre datos de este aspecto es el proyecto Sonoridad, creado por Karina Cabrera. cuando ella notó la falta de visibilización de las mujeres decidió realizar una investigación de datos que permite tener acceso a información sobre festivales mexicanos.

Actualmente, en 2024, 25 de cada 100 actos anunciados y presentados en festivales mexicanos tuvieron mujeres al frente; mientras que en 2022, los 39 festivales realizados tuvieron un total de 1186 actos donde 884 eran masculinos y sólo 302 femeninos.

Hoy en día la evolución de las plataformas digitales ha permitido que los lanzamientos y publicaciones de proyectos por mujeres músicas tengan un flujo más accesible al público; desde plataformas masivas como Spotify, Apple Music, hasta plataformas independientes como Bandcamp, donde se promueve la iniciativa de que cada viernes de fin de mes, las compras realizadas de un disco van directamente en su 100% hacia la artista; convirtiéndola en una de las plataformas favoritas a usar por las músicas, creadoras y productoras musicales con sellos independientes.

Con respecto a los sellos independientes en México, el primer sello discográfico integrado por mujeres, cuyo objetivo es modificar la forma de trabajar en la industria discográfica, conocido como "Jueves" es un sello musical de talento femenino en la industria mexicana, que reúne a las artistas de diversas generaciones y trayectorias. Se conforma por géneros musicales que van desde el Alternativo, Hip Hop, Trap, Norteño, el Indie hasta el Rock, Latin y Pop Synth; el sello surge como una necesidad de tener mejores espacios para las mujeres en la industria musical liderados por ellas mismas.

Queremos reclamar estos espacios que la mujer viene buscando desde hace mucho tiempo, apropiarnos de estos espacios. Uno de los frentes desde el feminismo es esta cultura de que a la mujer se nos enseña el mundo creativo, artístico, pero realmente no se nos proveen de tantas herramientas de negocios, laborales y este sello, uno de sus acercamientos es para empoderarnos de esta parte **(Corona, 2021, párr. 9)**

Al respecto, Adryana Marroquín y Elis Paprika (fundadoras del sello Jueves) han comentado que les importa mucho crear una escena donde el trabajo sea colaborativo, en el que las artistas y las escuchas de las intérpretes sean beneficiadas, así como que se den a conocer las propuestas musicales.

Bajo esas circunstancias surge Jueves en el ámbito presencial. No sólo enfocado en la publicación o divulgación de los materiales, sino en crear un espacio para la creación y difusión de música hecha por mujeres.

Como Karina Cabrera puntualiza y expone en la nota publicada en 2002 vía Indie Rocks "Sonoridad: Tokenismo Vs. Representación Genuina": La situación se complica cuando no tenemos claros diversos conceptos, desde la perspectiva de género hasta la representación femenina, y creemos que inclusión significa marcar casillas en una lista, evidenciando la discriminación positiva, el mujerismo e incluso el tokenismo. Se vuelve sumamente transparente el motivo detrás de algunos proyectos, que utilizan el simbolismo como una herramienta de marketing, anulando el propósito de la inclusión. **(Cabrera, 2022, párr. 3)**

Evidentemente el trabajo de las y los promotores, y los organizadores de los eventos mantiene y refleja la invisibilización y dificultades que las mujeres enfrentan en estos espacios de la industria musical. Como concluye Karina Cabrera la nota sobre la todavía ausencia de protocolos y capacitación de personal que forman parte de los festivales y eventos realizados en México:

Si los promotores te excluyen, la industria discográfica te anula y el registro periodístico no te considera... eres invisible, excepto como cuerpo. Nuestra historia apenas se está contando, por eso es tan importante que la registremos y expongamos no como parte de la minoría, sino como la norma, con su narrativa al frente y al centro **(Cabrera, 2022, párr, 11).**

La industria musical en México debe tomar acciones importantes para cerrar la brecha de género y volverse un espacio seguro para que las mujeres puedan desempeñarse creativamente, donde sus proyectos tengan mejores oportunidades con nuevos parámetros que abarquen desde la grabación, producción, publicación, difusión, presentación y participación en eventos, management y mejores esquemas de negocios que beneficien a las mujeres en la industria musical.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS Y VISUALIZACIÓN DE DATOS: EXPLORANDO EL FEMINISMO DE DATOS Y LAS BRECHAS INVISIBLES

EL MAYOR RETO EN LA CIENCIA DE DATOS NO ESTÁ EN LOS DATOS EN SÍ, SINO EN LAS HISTORIAS QUE CONSTRUIMOS CON ELLOS.

– HILARY MASON

Actualmente, la ciencia de datos es una forma de poder. Se ha utilizado para exponer la injusticia, mejorar los resultados de salud y derrocar gobiernos. Pero también se ha utilizado para discriminar, controlar y vigilar. Este potencial para el bien, por un lado, y el daño, por el otro, hace que sea esencial preguntarse: ¿quién hace la ciencia de datos?, ¿para quién la elabora? y ¿qué intereses tiene en mente?, pues las narrativas sobre big data y ciencia de datos han sido primordialmente blancas, masculinas, occidentales, capitalistas y tecno-heroicas.

Desde el desarrollo económico de un país hasta la atención médica, la educación y las regulaciones políticas públicas, dependemos de los números para asignar y repartir recursos así como para tomar decisiones cruciales. Pero debido a que muchos datos no toman en cuenta el género y/o sexo, porque tratan a los hombres como predeterminados y a las mujeres como atípicas, el sesgo y la discriminación están integrados en nuestros sistemas.

Caroline Criado Perez puntualiza en su libro Invisible Women que: "La falta de datos por género no implica sólo silencio. Esos silencios, esa falta de datos tienen consecuencias" **(Kochhar, 2020, párr. 2)** por su parte, Catherine D'Ignazio y Lauren Klein presentan el libro Data Feminism, donde se reflexiona sobre la recolección, investigación, análisis de data y los sesgos que pueden existir en este proceso.

Cath y Lauren proponen especular que la data es poder y que si se analiza desde una perspectiva interseccional, sin sesgos y nuevas perspectivas nos lleva a cuestionar la desigualdad de como esta es ejercida y deba ser desafiada, reformulada y reprogramada. En ese sentido, la data es una espada de doble filo y esta puede beneficiar a quien tenga control sobre la información y a cómo es interpretada.

En Data Feminism, ambas nos presentan una nueva forma de pensar sobre la ciencia de datos y la ética de datos, basada en el pensamiento feminista interseccional. Ellas proponen el término *"feminismo de datos"* o en inglés Data feminism como un marco para pensar sobre la ciencia y la ética de datos que se guía por las ideas de esta rama del feminismo. El trabajo del feminismo de datos descubre cómo las prácticas estándar en ciencia de datos sirven para reforzar las desigualdades existentes en todo el mundo.

De acuerdo a la publicación de Tech Spark sobre Data Visualization *"Visualizing the Invisible"* (2021) hay cuatro puntos relevantes: el cerebro humano puede procesar aproximadamente un 80% de la información que recibe a través de los ojos. El cerebro humano procesa las imágenes un 60,000 veces más rápido que las palabras. Después de 3 días, un 10% de la información oída puede ser recordada, pero con visualización de datos esta se puede recordar con un 65% de facilidad **Fig 10.**

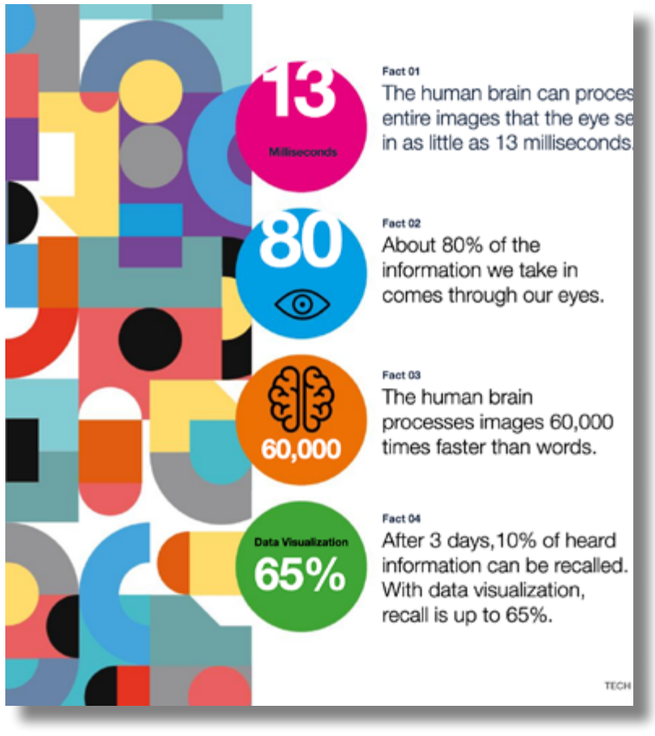


Fig.10 "Visualizing the Invisible" por TechSpark, 2021.

STEREO [RÍTMICAS]

EL MAYOR VALOR DE UNA IMAGEN ES CUANDO NOS FUERZA A NOTAR ALGO QUE NUNCA ESPERÁBAMOS VER.

– JOHN W. TUKEY

VISUALIZACIÓN DE DATOS: CÓMO LA IMAGEN REVELA LO INESPERADO Y LA REALIDAD AUMENTADA

Somos visuales por naturaleza y podemos usar esto a nuestro favor para mejorar el procesamiento de información y que ésta sea más efectiva en cuanto a organización de la información y su interpretación. Nuestra habilidad de escanear, reconocer, recordar e interpretar nos ayuda a entender de una forma más precisa y rápida. El cerebro humano es una increíble herramienta de reconocimiento de patrones que puede detectar cambios en color, tamaño, forma, movimiento y textura de una manera muy eficiente. Inconscientemente percibimos el mundo, construyendo objetos significativos y objetos al combinar las partes individuales.

Basado en la investigación "Motivación e innovación: Aceptación de tecnologías móviles en los maestros en formación" el equipo de investigadore(a)s propone que desde una dimensión educativa, el desarrollo de los nuevos medios y, en particular, del RA (Realidad Aumentada) ha sido acelerado, siendo fuertemente condicionado con la implementación de nuevas metodologías, herramientas de difusión y la creación del conocimiento. Con el inicial aprendizaje electrónico e-learning, se han generado nuevos lineamientos pedagógicos, relacionados directamente con los procesos de innovación y adopción de la tecnología digital, siendo el aprendizaje móvil m-learning, etapa marcada por la portabilidad y la distancia del proceso de enseñanza-aprendizaje, que deviene en un nuevo estadío, el aprendizaje situado en el u-learning (este enfoque propone que la educación sea sin restricciones ni barreras), en donde la información aparece en cualquier momento y lugar que se requiere, confluyendo campos del conocimiento en donde existe una clara complementariedad de contenidos, métodos y objetivos.

CAPÍTULO 4: REALIDAD AUMENTADA Y MEDIOS TRADICIONALES: STEREO[RÍTMICAS] NUEVAS FRONTERAS DE INTERACCIÓN Y NARRATIVA

DATOS EN MOVIMIENTO: EXPLORANDO NUEVAS TECNOLOGÍAS CON REALIDAD AUMENTADA

Para mejorar la vinculación entre los formatos editoriales tradicionales y la realidad aumentada (RA) en un texto, es importante destacar cómo la RA transforma la forma en que interactuamos con los medios impresos y cómo amplía su alcance al agregar capas digitales interactivas.

Hasta hace unos años, la prensa tradicional impresa, conformada por revistas, periódicos y fanzines, dominaba el consumo de medios y servía como una forma esencial de expresión cultural. Sin embargo, este consumo ha disminuido con el tiempo debido al aumento de los medios digitales, que permiten que cualquier persona con un dispositivo e internet pueda acceder a ellos. Un factor clave que atrae a las personas hacia el contenido digital es la narración visual y la interactividad, así como la posibilidad de explorar una amplia gama de ecosistemas digitales que facilitan las narrativas transmedia. Este término, introducido por Henry Jenkins en 2003 en su artículo "¿Qué es una narrativa transmedia?", describe la importancia de contar historias a través de múltiples canales y plataformas. Esto crea un flujo narrativo dinámico donde las personas usuarias deciden qué camino seguir al interactuar con la información, similar a las múltiples formas de leer el libro Rayuela de Julio Cortázar.

La RA se ha convertido en una herramienta poderosa que transforma la experiencia con medios impresos, permitiendo a los lectores interactuar de manera más profunda con el contenido.

Al superponer elementos digitales sobre el formato físico, la RA enriquece la narrativa tradicional al añadir capas visuales y de datos que pueden expandir el contexto y la comprensión del material. Esto es particularmente atractivo para las generaciones más jóvenes, que prefieren la información digital por su accesibilidad y capacidad de expansión a través de plataformas interactivas.

Artistas de todo el mundo están utilizando la RA para transmitir mensajes a un público más amplio y crear reflexiones mediante contenido interactivo. La RA es un excelente vehículo para el activismo, ya que permite a las personas protestar y expresar sus ideas en cualquier momento y lugar. Startups como Movers & Shakers NYC, que funcionan como organizaciones educativas, utilizan tecnologías inmersivas y artes vivas para narrar historias afroamericanas y destacar figuras subrepresentadas, como mujeres, personas de color y LGBTQ+, utilizando RA para crear contenido educativo y visibilizar narrativas históricamente marginadas.

Un ejemplo contemporáneo de la integración de la RA con medios híbridos es el proyecto Equinopsis, desarrollado por la artista de nuevos medios Malitzin Cortés. Este proyecto es una colección efímera de arte 3D portátil en RA que se despliega a través de plataformas como Instagram y Snapchat. A través de la viralización de las imágenes generadas por los usuarios, busca concienciar sobre la industria de la moda rápida y su impacto ambiental.

STEREO[RÍTMICAS]: FANZINE CON RA "ELLAS CREAN MÚSICA"

Mi aportación a través de este proyecto es un archivo híbrido que combina elementos análogos y digitales. El componente análogo es un fanzine que destaca la historia de las mujeres en la industria musical y creativa, abordando temas como la participación actual de mujeres en proyectos musicales, un directorio de artistas, una lista de acciones para reconfigurar la cultura del consumo musical y varias actividades interactivas. Este fanzine incluye páginas específicas que integran experiencias de realidad aumentada (RA), las cuales permiten a los lectores interactuar con visualizaciones de datos, frases, y otros elementos que enriquecen la narrativa. Estas capas de RA no solo complementan el contenido impreso, sino que también añaden una dimensión interactiva que transforma la experiencia de lectura en algo dinámico y envolvente.

La decisión de utilizar un fanzine como medio para este proyecto tiene un propósito: involucrar a un público más amplio en su lectura. El formato físico del fanzine, combinado con la accesibilidad de la RA, permite que más personas se sientan atraídas por explorar el contenido, superando las barreras de un simple medio impreso. Al incorporar RA, no solo se enriquece la narrativa, sino que también se invita a la lectora a participar activamente, creando una experiencia que va más allá de la lectura pasiva. Esta fusión entre lo físico y lo digital amplía las posibilidades creativas y permite que el fanzine se convierta en un medio innovador para la difusión de ideas.

STEREO [RÍTMICAS]

Este proyecto tiene como objetivo crear conciencia sobre la historia de las mujeres en México, mediante la visualización de datos y la RA, utilizando un fanzine que incorpora filtros de RA para ampliar su atractivo y accesibilidad, especialmente entre los jóvenes familiarizados con las nuevas tecnologías.

Desde una perspectiva tecnológica, el uso de filtros de RA añade una capa de interactividad al fanzine, permitiendo alcanzar una audiencia más amplia y conectando la narrativa física con la digital de manera innovadora.

En otros aspectos sociales, este fanzine funciona como una herramienta educativa y de reflexión sobre la historia intergeneracional de las mujeres en la industria musical de México, abordando el tema desde una perspectiva inclusiva y equitativa. Al resaltar los logros y la historia de las mujeres a lo largo del tiempo, el proyecto subraya la resistencia y creatividad de generaciones pasadas y presentes en una industria históricamente dominada por hombres. Así, el fanzine ofrece una visión integral que conecta las experiencias de diferentes épocas, fomentando un entendimiento más profundo de la evolución de la participación femenina en la música.

Durante el proceso de investigación, que abarcó un período de cuatro años antes y después de la pandemia, se produjeron numerosos cambios en la industria de la realidad aumentada. Inicialmente, la principal herramienta y software planeado para desarrollar este proyecto era Spark AR de Meta. Sin embargo, a finales de agosto de 2024, Meta anunció que Spark AR dejaría de estar disponible a principios de 2025.

Actualmente, existen otras herramientas en la industria para proyectos de esta naturaleza, como Snapchat, TikTok Effect House, 8th Wall, Niantic Studio, BlippAR, Unity Vuforia, MyWebAR y Adobe Aero. Aunque la mayoría de estas plataformas son de pago y presentan ventajas y desventajas, en el ámbito de código abierto se encuentra AR.js, que presenta ciertas limitaciones.

Dentro de las ventajas de estas plataformas existen los factores de tener una amplia audiencia con millones de usuarios activos en estos ecosistemas, herramientas intuitivas que permiten interactuar con el contenido (permitiendo mayor retención de la información) pero dentro de estos pueden existir desventajas como la complejidad para brindar actualización y soporte constante a los entornos lo cual da lugar a las limitaciones técnicas restringiendo así el desarrollo de interacciones más complejas, al igual que depender exclusivamente de sólo una plataforma (ecosistema digital) y por ende a sus políticas, algoritmos y cambios de la plataforma, lo que puede afectar la visibilidad y el alcance del contenido como sucedió en el proceso de la realización de esta pieza.

Para este proyecto se realizó una elección deliberada de herramientas que responde a las necesidades del proyecto, garantizando una experiencia inclusiva y eficaz para una amplia gama de usuarias y usuarios. Las mejores alternativas fueron Tik Tok y Artivive, debido a su sencillez, a la optimización de los assets y a su costo accesible. Esto permite que la experiencia sea utilizada en dispositivos de gama media, a diferencia de otras plataformas que requieren dispositivos de alta gama.

Además, Artivive se destaca por ser una plataforma ampliamente reconocida en el mundo del arte digital, ya que simplifica el proceso de creación de experiencias de realidad aumentada sin necesidad de complejas tecnicidades. Esto la convierte en una herramienta ideal para proyectos que buscan combinar arte físico y digital, admitiendo una accesibilidad más universal. Una ligera desventaja es que es necesario descargar una tercera app, ya que las personas usuarias están acostumbradas a tener todo en las apps que son estándar en la industria como Snapchat, Tik Tok o Instagram.

Por otro lado, Effect House de TikTok ofrece un enfoque más dinámico y popular para experiencias de realidad aumentada, aprovechando que es la plataforma social más utilizada del mundo e intergeneracional, lo que facilita una difusión masiva. Esta herramienta no sólo permite crear efectos visuales inmersivos e interactivos de manera sencilla e implementar la inteligencia artificial en su flujo de trabajo, sino que también optimiza su funcionamiento en una amplia gama de dispositivos, logrando que los usuarios interactúen de manera fluida sin necesidad de tener los equipos más avanzados.

La decisión de las herramientas fue un punto importante en el desarrollo de este proyecto que resalta cómo estas tecnologías presentan numerosas oportunidades y evidencia que la evolución de estas "realidades" (aumentadas, virtuales o mixtas) es compleja y requiere un diseño cuidadoso que considere factores como los sesgos, los alcances tecnológicos de los dispositivos y su accesibilidad, así como la creación de experiencias colectivas.

En resumen, la elección de TikTok y Artivive no fue una casualidad, sino una decisión estratégica cuidadosamente pensada y adaptada a las necesidades de este proyecto y el contexto actual tecnológico. Estas plataformas fueron seleccionadas debido a sus capacidades específicas que se alinean perfectamente con los objetivos del proyecto.

Esta investigación enfocada a las herramientas para realizar proyectos de realidad aumentada o mixta nos lleva a una reflexión más amplia que debemos integrar en nuestros procesos de diseño. Si no lo hacemos, corremos el riesgo de seguir desarrollando tecnologías incompletas que se vuelvan obsoletas en menos de 10 años.

Pensar y diseñar de manera especulativa nos permite identificar estos sesgos con una perspectiva a futuro, donde podríamos comprender qué estamos diseñando incorrectamente para poder iterar en nuestros procesos.

Es fundamental diseñar experiencias accesibles y colectivas. Al hacerlo, no solo nos aseguramos de que la tecnología sea más inclusiva y útil, sino que también prolongamos su relevancia y utilidad en un mundo en constante cambio. Esto subraya la importancia de una visión crítica y prospectiva en el desarrollo de nuevas tecnologías para evitar caer en ciclos de innovación efímeros que no logran consolidar avances significativos en la integración de lo digital con lo físico.

Este proyecto representa un esfuerzo significativo para crear puentes entre el mundo análogo y digital de una manera que se amplifiquen las voces históricamente subrepresentadas de las mujeres en la industria musical. Al integrar un fanzine tradicional con herramientas de realidad aumentada, se crea una experiencia interactiva y educativa que no solo celebra y visibiliza las contribuciones musicales de las mujeres, sino que también cuestiona las narrativas establecidas y promueve un consumo musical más inclusivo y consciente.

Esta fusión de lo tradicional y lo tecnológico enriquece la experiencia del usuario, y subraya la importancia de diseñar con una perspectiva crítica y especulativa, desafiando los límites actuales de la tecnología y fomentando la creación de experiencias accesibles y colectivas. En última instancia, el proyecto no solo busca educar y empoderar, sino también inspirar a una nueva generación a reimaginar cómo la tecnología puede ser utilizada para narrar historias más equitativas e inclusivas.

CONCLUSIONES

Tras una exhaustiva investigación sobre la historia de las mujeres en la industria y cultura musical mexicana, se lograron visibilizar datos cruciales sobre la participación femenina apoyada en herramientas de las nuevas tecnologías. Este proceso incluyó la documentación y registro de eventos clave en la comunidad creativa, permitiendo un análisis cultural a través de una perspectiva feminista crítica, conocida como “gafas violetas”, que posibilita el cuestionamiento de dinámicas como la desigualdad de género que han enfrentado las artistas mexicanas. Estas participaciones se registraron en el primer capítulo de la tesis.

La visibilización de estos hechos es un paso crucial para reescribir la historia de manera inclusiva y equitativa, estableciendo nuevas pautas en el periodismo musical contemporáneo. Al integrar herramientas digitales y tecnológicas, no solo ampliamos el alcance de la información, sino que también desarrollamos una mirada crítica sobre cómo se registran y difunden los datos en formatos transmedia. Estos formatos permiten una reflexión más profunda sobre la desigualdad que enfrentan las mujeres en la industria musical, promoviendo una mayor conciencia social y abriendo espacios de diálogo que impulsen el cambio.

Reconociendo que las experiencias musicales son cruciales para la construcción de identidades y narrativas culturales colectivas, este proyecto busca reclamar esos espacios donde históricamente las mujeres han sido marginadas. La música, como una forma de arte que conecta a las personas de manera emocional y cultural, juega un papel fundamental en la interpretación de nuestras realidades sociales. Por esta razón, es esencial cerrar la brecha de género en la industria musical, transformándola en un espacio seguro donde las mujeres puedan expresarse libremente y desarrollar su potencial creativo.

Al tomar acciones concretas, no solo se crean oportunidades de crecimiento para las mujeres, sino que también se cuestionan y subvierten las dinámicas de exclusión que han prevalecido en la industria.

Como vimos en el segundo capítulo, a través del uso de redes sociales y de otros espacios virtuales, los movimientos feministas han logrado amplificar su voz, creando espacios de diálogo y organización que trascienden las barreras físicas. Estas herramientas digitales construyen puentes entre lo digital y lo físico y generan un impacto tangible al transformar las dinámicas sociales en el mundo real, es decir que posibilitan que la resistencia feminista trascienda del ámbito digital.

De esta manera, el proyecto **Stereo[Rítmicas]** se nutre profundamente del artivismo feminista y del ciberfeminismo, movimientos que resignifican las tecnologías como herramientas no solo de expresión, sino también de transformación cultural. El artivismo vincula por medio de las manifestaciones creativas la visibilización y resistencia frente a las estructuras patriarcales. En este sentido, se convierte en un medio poderoso para cuestionar las narrativas dominantes, desafiando las representaciones hegemónicas de la mujer en la cultura musical. Por su parte, al integrar el ciberfeminismo, este proyecto toma ventaja de las plataformas digitales para llevar la lucha feminista a nuevos territorios.

Asimismo, en el capítulo tres se exploró la integración de la ciencia de datos al proyecto como una herramienta analítica para comprender cómo los sesgos de género se manifiestan en los registros y estadísticas de la industria musical. El feminismo de datos ofrece una nueva perspectiva, permitiendo analizar los patrones y tendencias con una mirada crítica.

A través de este enfoque, es posible generar una comprensión más profunda de cómo se distribuyen las oportunidades en la industria, quiénes son las más afectadas por la exclusión y cómo se pueden diseñar estrategias efectivas para combatir estas problemáticas. En resumen, el feminismo de datos no solo visibiliza la brecha de género, sino que también ofrece un marco innovador para la acción, impulsando cambios que permitan reconfigurar una industria musical más inclusiva para todas las mujeres.

Como se plantea en el cuarto capítulo, el enfoque "Hazlo tú misma" (DIY) se adoptó como una herramienta clave en este proceso de transformación, fomentando la autonomía creativa y la autogestión. La edición de la publicación independiente en forma de fanzine Stereo[Rítmicas] no solo permite dar voz a las mujeres en la industria musical, sino que también abre un espacio para la reflexión crítica sobre las dinámicas de poder en la sociedad. Los fanzines, al ser producciones accesibles y autoeditadas, se convierten en plataformas de resistencia donde las mujeres pueden contar sus historias, compartir experiencias y generar diálogos que cuestionen las normas sociales impuestas. Este medio es una expresión directa del activismo feminista, donde la independencia creativa es fundamental para contrarrestar la invisibilización que muchas veces sufren las mujeres en espacios tradicionales.

En conjunto, este proyecto articula una serie de herramientas tecnológicas, metodológicas y creativas para enfrentar la desigualdad de género en la industria musical; tiene como objetivo establecer un puente entre los formatos editoriales tradicionales y las tecnologías digitales, utilizando la realidad aumentada como una herramienta clave para enriquecer y amplificar la interacción con los medios impresos.

A través de la AR, las páginas del fanzine ya no son solo superficies estáticas; se convierten en portales a narrativas visuales y sonoras interactivas que conectan a las lectoras o lectores con contenidos adicionales, profundizando y expandiendo la experiencia.

Al escanear una página con un dispositivo móvil, la o el usuario puede acceder a videos, animaciones, modelos 3D, audio o incluso experiencias interactivas. Esta convergencia de medios ofrece una nueva forma de contar historias e invita a una exploración más profunda de los temas abordados, generando un diálogo entre el contenido editorial y la espectadora. Al hacerlo, se establece una experiencia transmedial en la que diferentes plataformas –impresas, digitales y audiovisuales– se combinan para formar una narrativa cohesiva y enriquecida.

La implementación de la realidad aumentada en este proyecto no es solo una elección estética o tecnológica, sino una estrategia deliberada para extender el alcance del contenido y atraer a un público más diverso y amplio. Las generaciones más jóvenes, especialmente aquellas que han crecido en la era digital, están más inclinadas a interactuar con formatos multimedia que fusionen lo tangible y lo virtual. A través de esta tecnología, es posible generar una conexión más fuerte con el público, estimulando la curiosidad y fomentando la participación activa en la interpretación del contenido. Al contar historias de manera transmedial, *Stereo[Rítmicas]* rompe con las barreras tradicionales de los medios y abre nuevas posibilidades para el storytelling.

Finalmente, la integración de AR en el contexto de publicaciones editoriales y digitales también tiene el potencial de democratizar el acceso al conocimiento y la información. Al hacer que el contenido sea más atractivo y accesible, se abren nuevas oportunidades para educar y concientizar a un público más amplio sobre temas críticos como la desigualdad de género, las dinámicas de poder en la industria musical y otros desafíos sociales. Este enfoque permite que el proyecto no solo alcance a aquellos ya familiarizados con estos temas, sino que también atraiga a nuevas audiencias que, a través de la herramienta, puedan desarrollar una comprensión más profunda de los problemas abordados.

REFERENCIAS

Bautista Estrada, Layda Jacqueline. (2020). **"Artivistas feministas contra la violencia hacia las mujeres en la Ciudad de México".** Artivistas feministas contra la violencia hacia las mujeres en la Ciudad de México

Bolaño, Emilia. (2021). **"Las ventajas de ser mujer artista No son ventajas".** Historia del arte.com. Las ventajas de ser mujer artista - Guerrilla Girls - Historia Arte (HA!)

Criado, Caroline. (2019). **Invisible Women: Data Bias in a World Designed for Men.** Editorial: Blackstone Audio; Unabridged MP3CD edición (25 Junio 2019)

Cabrera,Karina. (2024). **"Las noches también son nuestras"**. Sonoridad. http://www.sonoridadmx.org/2023/10/las-noches-tambien-son-nuestras.html

Cabrera,Karina. (2022). **Sonoridad: tokenismo vs. representación genuina. ¡Indie Rocks!** https://www.indierocks.mx/columna/sonoridad-tokenismo-vs-representacion-genuina/?fbclid=IwAR0wy1LvaWj5Q6jk-adtXr0jy_WkjB_0QArc5F19JxOL9MkXBqfkuasx_Xg

Cabrera,Karina. (2022). **¿Y dónde están las músicas? Estudio de festivales mexicanos 2022**. https://mcusercontent.com/4d46ebe80b21c2214132ef215/files/7e20319b-39ed-70fd-2016-20aa6e028f3d/Estudio_de_brecha_de_g%C3%A9nero_en_festivales_m%C3%A9xicanos_2022.pdf

Cabrera, Karina. (2023). **¿Y dónde están las músicas?. Brecha de género en festivales mexicanos 2023.** http://www.sonoridadmx.org/p/y-donde-estan-las-musicas-brecha-de.html

Corona, Karina. (2021, 3 noviembre). **Las mujeres toman la escena musical con el sello Jueves.** Reporte índigo. Las mujeres toman la escena musical con el sello Jueves - Reporte Indigo

Estrada, Tere, (2008). **Sirenas al ataque: Historia de las rockeras mexicanas. Océano.**

Eyzaguirre,Benítez Lucía (2019). **Ciberfeminismo y apropiación tecnológica en América Latina** Ciberfeminismo y apropiación tecnológica en América Latina | Virtualis

Flamarique Lopez, Maite. (2010) **Alicia en el espejo. Historias del Multiforo Cultural Alicia**.Ediciones Alicia. (PDF) Alicia en el espejo. Historias del Multiforo Cultural Alicia

García Arias, P. (2008). **Podríamos ser cualquiera; estamos en todas partes, Guerilla Girls**

Mujeres en Red, El periódico Feminista (6 de 2008). **¿Qué significa androcentrismo?**. GUERRILLA GIRLS. La conciencia del mundo del arte

Góchez, Adriana. (2022), **Fundan sellos discográficos Mujeres al Mando, en la industria musical**. Fundan sellos discográficos Mujeres al mando, en la industria musical - PressReader

Hainich, Rolf R. (2009). **The End of Hardware: Augmented Reality and Beyond.** https://www.theendofhardware.com/ykxiiwxc11/The_End_of_Hardware_3.PDF

Herrero, Maira (2015). **"Guerrilla Girls o la conciencia del Mundo del Arte"** Guerrilla Girls o la Conciencia del Mundo del Arte.

Kochhar, Kalpana. (2020). **Más mujeres para que las mujeres cuenten.** Invisible Women: Data Bias in a World Designed for Men [Finanzas y Desarrollo] Diciembre de 2020

Noches seguras para todas: Programa Noches seguras para todas | Federación Mujeres Jóvenes

Ovando, Auska. (2017). **¿Cuántas mujeres tocan en festivales latinoamericanos hoy?.** Somos Ruidosa. ¿Cuántas mujeres tocan en festivales latinoamericanos hoy? – Somos Ruidosa

Paja García, Blanca. (2021). **"Bikini Kill".** LCC Zine Collection. Bikini Kill

Pérez Cortés, Paola. (2021). **"Mujeres siempre han estado presentes en el arte: Gladys Villegas".** Universo; Sistema de noticias de la UV. Mujeres siempre han estado presentes en el arte: Gladys Villegas

Radiomás. **"Jueves, el primer sello discográfico de mujeres en México"** JUEVES, el primer sello discográfico de mujeres en México

Ruidosa Fest Equipo, (2018 aprox). **¿Cómo ha evolucionado la brecha de género en los escenarios de América Latina?.** ¿Cómo ha evolucionado la brecha de género en los escenarios de América Latina? – Somos Ruidosa

Somos Ruidosa, (2017). **“¿Cuántas mujeres participaron en premios latinoamericanos de música en 2017?**. Somos Ruidosa. ¿Cuántas mujeres participaron en premios latinoamericanos de música en 2017? – Somos Ruidosa

Smith Lorrain, Ashley. (1999). **“Girl Power: Feminism, Girlculture and the popular media”.** University of North Texas. Girl Power: Feminism, Girlculture And The Popular Media Ashley Lorrain Smith, B.A.S. Thesis Prepared For The Degree Of Master O

Tech Spark. (2021) . **“Tech Spark 8 - Data Visualization, The power of data visualization in finance”** Tech Spark 8 - Data Visualization by Luxoft - Issuu

Woodside, Julián . (2020). **“Que haya más mujeres headliners en los festivales”.** Indie Rocks. Que haya más mujeres headliners en los festivales

Zamora, Gustavo. (2009). **“El boom de las disqueras en México”.** Vuelve Primavera: El rock de los 60 en México. El boom de las disqueras en México - Vuelve

IMÁGENES

Fig. 1: Domínguez Esquivel, Carolina Daniela (2019). **“Tabla 1: Los 47 hashtags”.** https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci arttext&pid=S0719-15292019000200184 .

Fig. 2: Guerilla, Girls (1985). **“¿Do Women Have To Be Naked To Get Into the Met. Museum?”.** https://whitney.org/collection/works/46924 .

Fig. 3: Guerilla, Girls (1988). **“The Advantages Of Being A Woman Artist”.** https://www.guerrillagirls.com/store/the-advantages-of-being-a-woman-artist-1988

Fig. 4: Hanna, Kathleen (1990). **Publicación número 1 de Bikini Kill, un libro de actividades vía LCC Zine Collection.** https://lcczinecollection.myblog.arts.ac.uk/2021/03/26/bikini-kill/

Fig. 5: Mayer, Mónica (1978). **“El Tendedero”;** foto por Víctor Lerma**.** https://mujeresmirandomujeres.com/monica-mayer-montana-hurtado/

Fig. 6: Redacción 90.9 (2020)**. Infografía: ¿Cuántas mujeres hubo en festivales de música mexicanos en 2019?;** visualización de datos vía SLANG en 2019. https://ibero909.fm/blog/la-desigualdad-de-gnero-en-la-industria-musical

Fig 7 : Cabrera, Karina (2022)**. ¿Y Dónde están las músicas?** Estudio de Festivales Mexicanos; imagen extraída de la investigación, página 8. https://shorturl.at/F5Lqc

Fig 8. Alcalde, Francisca (2018). **“5 Festivales con más mujeres solistas”; imagen extraída de la investigación por parte del Equipo Ruidosa** Fest. https://somosruidosa.com/lee/brecha-de-genero-america-latina/

Fig 9. Cabrera, Karina (2023). **¿Y Dónde están las músicas? Estudio de Brecha de género en Festivales Mexicanos;** imagen extraída de la investigación, página 10. http://www.sonoridadmx.org/p/y-donde-estan-las-musicas-brecha-de.html

Fig 10: Tech, Spark (2021). **“Visualizing the invisible” The power of data visualization in finance;** página 3. https://issuu.com/vsereda_luxoft/docs/techspark-issue-8

Bitácora Expandida: STEREO [RÍTMICAS] + Ellas Crean Música

En la siguiente sección encontrarás un QR escanéalo para acceder al fanzine de este proyecto. Puedes consultarlo en su formato digital o descargarlo para imprimir tu propia copia. También tendrás acceso a la investigación completa en formato digital, para que explores a profundidad los conceptos y referencias que dieron forma a este trabajo.

Este QR contiene todos los links que necesitas para: consultar la investigación, imprimir tu copia del Fanzine “Ellas Crean Música”, Playlist realizada para incluir en el fanzine y más redes sociales como Tik Tok donde hay filtros AR que acompañan la experiencia del Fanzine aumentado.

¡Escanéalo!”

Diseño editorial por: **Paulina Casas Lias García**

eph3mm.interactive@gmail.com

eph3mme.net